

---

## **Zwangsarbeit von Kindern : Präventivpolitik eines grossen Teppichunternehmens**

**Jacques Zwahlen**

---



**Electronic version**

URL: <http://journals.openedition.org/sjep/1349>

DOI: 10.4000/sjep.1349

ISSN: 1663-9677

**Publisher**

Institut de hautes études internationales et du développement

**Printed version**

Date of publication: 1 mars 1996

Number of pages: 267-272

ISSN: 1660-5926

**Electronic reference**

Jacques Zwahlen, « Zwangsarbeit von Kindern : Präventivpolitik eines grossen Teppichunternehmens », *Schweizerisches Jahrbuch für Entwicklungspolitik* [Online], 15 | 1996, Online erschienen am: 17 Mai 2013, abgerufen am 08 September 2020. URL : <http://journals.openedition.org/sjep/1349> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sjep.1349>

---

# **Zwangsarbeit von Kindern: Präventivpolitik eines grossen Teppichunternehmens**

*Jacques Zwahlen*

Die Veillon AG<sup>1</sup> hat kürzlich eine Reihe von Regeln und Verhaltensweisen erarbeitet, um zu vermeiden, dass die Firma in Geschäftsbeziehungen mit Kreisen verwickelt wird, welche Kinderzwangsarbeit betreiben. Gleichzeitig erweiterte die Firma im vergangenen Jahr das Sortiment mit Textilartikeln ausserhalb des Bekleidungssektors – dem „Herzstück“ der Produktlinien des Firmenkataloges.

Zu den neuen Artikeln gehörte eine Teppichkollektion. Bei den Vorarbeiten hatte die Firma Veillon den in der Teppichindustrie üblichen Arbeitsbedingungen keine besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Erst ein folgenschwerer Vorfall in einem anderen Unternehmen<sup>2</sup> sensibilisierte die Firma für die Gefahr für ahnungslose westliche Handelsfirmen, in einen Ring organisierter Kinderarbeit hineinzugeraten, wo die Arbeitskraft der unter Zehnjährigen schonungslos und systematisch ausgebeutet wird.

Von den übrigen Textilien unterscheiden sich Teppiche dadurch, dass ihre Qualität proportional ist zur Zartheit der Finger, die den Teppich herstellen. Feine Kinderhände eignen sich besonders gut zum Knüpfen der kleinen, engen Knoten, die für potentielle Käufer den ästhetischen Wert des Produktes ausmachen.

- 
1. Veillon AG ist eine schweizerische Versandverkaufsfirma in der Modebranche. Ihre Hauptartikel sind Textilien (Bekleidung, Teppiche, Vorhänge, Bettwäsche). Im Jahr 1994 belief sich der Umsatz auf 185 Mio. Franken.
  2. Die Ermittlungen schwedischer Journalisten, die den Kontakten eines Lieferanten nachgingen, brachten ans Licht, dass IKEA-Teppiche von kleinen Kindern hergestellt werden.

Dieser Fall von Kinderarbeit ist weit schwerwiegender als die Beschäftigung junger Heranwachsender in den Schwellenländern und kann auch nicht mit den integrierenden Arbeitsformen verglichen werden, wie sie in herkömmlichen Familien- oder Stammeswirtschaften üblich sind. Zur Arbeit gezwungen werden Mädchen und Jungen im Alter von 4 bis 10 Jahren, Kinder ohne Zukunft: sie können keine Schule besuchen, die emotionale Beziehung zu den Eltern wird untergraben, das tägliche zehn- bis zwölfstündige Schuften zehrt ihre Energiereserven vorzeitig auf. Um die Kinder zu grösserer Produktivität anzutreiben, schrecken ihre Dienstherrn nicht vor grausamen Methoden (wie prügeln oder am Arbeitsplatz anketten) zurück. Da Sicherheitsmassnahmen völlig fehlen, sind Verletzungen durch Messer, mit welchen die Kinder das Garn nach jedem geknüpften Knoten durchtrennen, an der Tagesordnung.

Als die Firma Veillon diese tragische Realität erkannte, beschloss sie, eine klare und entschlossene Politik einzuführen und so sicherzustellen, dass ihr Verhalten und ihre Geschäftsbeziehungen mit ihren Werten, der Unternehmenskultur und den eigenen kommerziellen Interessen im Einklang stehen.

Die Entwicklung der Firma soll auf Werten wie der Achtung des Menschen beruhen<sup>3</sup>. Zudem ist die Veillon AG überzeugt, dass in Zukunft auch die Verbraucher insbesondere bei Produkten, deren spezifische Risiken der breiten Öffentlichkeit bekannt sind<sup>4</sup>, vermehrt auf Sozialverträglichkeit drängen werden.

### **Sensibilisierung**

Um diesen neuen Ansatz auf eine tragfähige Grundlage abzustellen, musste ein aussenstehender Experte mit besonderen Fachkenntnissen in diesem Bereich herangezogen werden. Die Firma nahm Kontakt auf mit Carlos Bauverd, dem damaligen Sprecher des Internationalen Arbeitsamtes (IAA) und Spezialist für Fragen der Sklavenarbeit. Im Herbst wurde eine Sitzung zur Sensibilisierung der betroffenen Mitarbeiter organisiert. Ziel war es zunächst, das ganze Ausmass dieses Missstandes, der heute das Gleichgewicht der Weltwirtschaft bedroht, zu erkennen. Der Vortrag des IAA-Experten sowie die ergänzende Videoreportage informierten die Veillon-Einkäufer, die für bestimmte Sortimentteile verantwortlich sind, über die Gefahren in ihrem jeweiligen Sektor.

Die anschliessende Diskussion erwies, dass alle Teilnehmer bislang das Problem der Kinderarbeit gewaltig unterschätzt hatten. Entsprechend gross war die Betroffenheit darüber, wie sehr dieses Übel im vergangenen Jahrzehnt grassiert hatte.

- 
3. 1993 verabschiedeten die 600 Mitarbeiter des Hauses Veillon eine Charta, welche die zentralen Werte und Verhaltensweisen des Unternehmens festschreibt.
  4. Heutzutage sind Teppiche geradezu ein Musterbeispiel für Produkte, auf die diese zwei Kriterien zutreffen.

Nach den Informationen von C. Bauverd gelten von Veillons 42 Geschäftspartnern nur 19 Länder<sup>5</sup> hinsichtlich der Sklavenarbeit von Erwachsenen oder Kindern als „unbedenklich“.

Die schlimmsten Auswüchse der Zwangsarbeit von Kindern werden weiterhin auf dem indischen Subkontinent beobachtet, wo weite Wirtschaftszweige mit unter zwölfjährigen Kindern funktionieren. Allerdings betonte der IAA-Experte, dass das Problem der Kinderarbeit nicht nur diese Länder betreffe, und dass in allen Geschäftsbeziehungen mit sämtlichen Lieferanten Wachsamkeit geboten sei.

### **Ausarbeitung von Regeln und Einführung konkreter Massnahmen**

Auf der Grundlage solcher Feststellungen erarbeiteten die Firmenverantwortlichen Regeln für den Umgang mit den Herstellern. Gemäss dem ersten Grundsatz soll eine langfristige Zusammenarbeit mit den Lieferanten angestrebt werden, damit ein echtes Vertrauensverhältnis und gegenseitige Transparenz entstehen können. Selbstverständlich gehen damit direkte Kontakte vor Ort einher; der Zwischenhandel soll so weit wie möglich ausgeschaltet werden. Neben dem deutlichen wirtschaftlichen Vorteil bietet dieser Lösungsansatz die Möglichkeit, die Produktionsbedingungen der bestellten Artikel fast ohne Druck systematisch zu überwachen. Anfangs sollte die Kontrolle hauptsächlich die Produktequalität betreffen; heute werden auch die Arbeitsbedingungen ins Visier gefasst. Dabei wird selbstverständlich nicht der europäische Massstab angelegt, denn die Industrienormen der reichen Länder lassen sich nicht ohne weiteres den Entwicklungsländern aufpfropfen. Andererseits erweist sich ein absoluter sozio-kultureller Relativismus dann als verheerend, wenn die Arbeitsbedingungen die Interessen der lokalen Wirtschaftszweige in ärmeren Ländern beeinträchtigen, d.h. wenn die Arbeitsphilosophie nicht auf Produktion, sondern auf die Zerstörung der einheimischen Arbeitskräfte hinausläuft. Genau das ist bei der Kinderarbeit der Fall: die Lebenskraft junger Arbeiter im zartesten Kindesalter wird rücksichtslos verschlissen, grössere Kinder werden arbeitslos, die natürliche Quelle der Arbeit versiegt, und die Ablösung durch die nächste ausgebildete Generation, welche Wohlstand – die Voraussetzung für die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft – schaffen könnte, unterbleibt.

Zur Definition der Zwangsarbeit hat Veillon folgende Kriterien festgelegt:

- a) die betreffende Person darf ihren Arbeitsplatz nicht verlassen oder nicht wechseln;
- b) die betreffende Person muss sich Tag und Nacht im Betrieb aufhalten;
- c) es werden erniedrigende Sanktionssysteme wie z.B. Körperstrafen angewandt;

---

5. Die Schätzung beruht auf des Kriterien des Internationalen Arbeitsamtes.

- d) es gibt keine oder fast keine Bezahlung<sup>6</sup>;
- e) kein Zugang zur Grundausbildung.

Auch die systematische Überwachungstätigkeit der Firmenvertreter vor Ort wird in konkreten Anforderungen ausgedrückt. Die Verantwortlichen müssen unter allen Umständen die Adressen der Fabriken erhalten und die Produktionsstätten nach Belieben besuchen können. Bei besonders „riskanten“ Produkten werden die Kriterien höher geschraubt; es muss möglich sein:

- a) die Fabriken ohne *Voranmeldung innerhalb der nächsten Stunde* zu besichtigen;
- b) ungehindert mit den Arbeitern in Werkstätten zu sprechen, besonders mit den offensichtlich sehr jungen Arbeitern, und relativ offene und normale Antworten von ihnen zu erhalten;
- c) die *Hände* der Arbeiter zu *untersuchen*, um zu überprüfen, ob sie verletzt oder verwundet sind oder Narben tragen; auf diese Weise kontrollieren, ob bei Unfällen ärztliche Behandlung verfügbar ist;
- d) sich persönlich zu vergewissern, dass die Arbeiter am Abend die Produktionsstätte verlassen, dass die *Fabrik kein Gefängnis* ist und *nachts schliesst*;
- e) wenn möglich die Ware durch einen *Sachverständigen* überprüfen zu lassen, der anhand der Struktur der Produkte feststellt, ob sie mit Kinderarbeit gefertigt wurden;
- f) sich zu vergewissern, dass jugendliche Arbeiter (10-12 Jahre) eine Grundschulbildung erhalten.

Die lückenlose Anwendung dieser Regeln führte im Teppichgeschäft zu einer wesentlichen und raschen Korrektur der Sortimentspolitik. Der kompetente Verantwortliche brach die Zusammenarbeit mit Grosshändlern ab, die nicht in der Lage waren, die Adressen ihrer Fabriken in Indien und in Pakistan anzugeben. In Nordafrika wurde nach neuen Versorgungsquellen geforscht; in Marokko wurde ein Lieferant gefunden, der bereit war, sich an die Spielregeln der Transparenz zu halten. In den Produktionsstätten wurden sofort und ohne Vorwarnung Kontrollen durchgeführt; der Einkäufer hatte Gelegenheit, direkt mit den Arbeitern zu sprechen und nachzuprüfen, dass die Arbeitsbedingungen annehmbar waren.

Allgemein ist nunmehr jeder Einkaufschef für die Produktequalität verantwortlich, was die Einhaltung der Arbeitsbedingungen anbelangt. Das Unternehmen bleibt weiterhin in Verbindung mit Carlos Bauverd (er behandelt zur Zeit das Problem Kinderarbeit im Auftrag der Vereinigung François-Xavier Bagnoud). Bei Bedarf soll es jederzeit möglich sein, mit lokalen

---

6. Erfasst sind auch sämtliche Formen der Sklaverei zur Schuldentrückzahlung.

Kontrollorganisationen, z.B. jenen der Befreiungsfront gegen Zwangsarbeit oder anderen NRO in Indien und Pakistan, und mit den Sozialpartnern des betreffenden Landes, Kontakt aufzunehmen.

Solche einfachen und konkreten Massnahmen ziehen nur unerhebliche zusätzliche Finanzinvestitionen nach sich. Die Verantwortlichen jedoch sind nunmehr verpflichtet, mit Motivation und Takt heikle Diskussionen und Gespräche zu führen mit Lieferanten, die oft ihre Sprache nicht sprechen und ihre Werte nicht teilen. Von den Einkäufern wird verlangt, sich direkt vor Ort zu begeben, systematisch nachzuforschen und sich nicht mit den bereits von Zwischenhändlern (deren Geschäftsethik nicht überprüfbar ist) hergestellten Kontakten zu begnügen.

### **Unterstützung des Entwicklungsprozesses**

Präventions- und Korrekturmassnahmen wie z.B. jene von Veillon im Teppichhandel reichen allein nicht aus, um die Tendenz zur Zwangsarbeit von Kindern umzukehren – selbst dann nicht, wenn sämtliche Handelsfirmen der Industrieländer ausnahmslos dazu übergangen. Sicherlich bilden die Aufträge grosser amerikanischer oder europäischer Konzerne ein ausgezeichnetes Druckmittel, wenn vermutet wird, dass bestimmte Lieferanten Sklavenarbeiter ausbeuten. So kann ein Boykott gegen Ringe von Übeltätern zwar die betroffenen Industrien zur Umstellung und die Fabriken zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen zwingen; aber es wäre utopisch, ja zynisch, zu glauben, eine noch so gerechte und notwendige Präventionspolitik vermöge von alleine die aus entwicklungspolitischer Sicht notwendige Umstrukturierung der Industriezweige herbeizuführen. Wenn die Investoren einfach zum Rückzug blasen, droht der lokalen Wirtschaft mangels jeglicher Alternativen der Niedergang. Die Kinder wären völlig auf sich selbst gestellt und würden auf Gedeih und Verderb einer oft feindseligen Umwelt ausgeliefert werden.

Aus dem Kohärenzgebot erwächst den Firmen der westlichen Welt die Pflicht, jene Unternehmer der südlichen Länder, denen die langfristige Entwicklung der Gesellschaft am Herzen liegt, zu unterstützen und ihnen bei ihren Bemühungen um Schul- und Berufsbildung den Rücken zu stärken. Solche Unternehmer gibt es, gewiss; aber ohne Hilfe von aussen fehlen ihnen häufig die notwendigen Mittel, um ihre Vorhaben in die Tat umzusetzen. Organisationen des Westens haben diese Problematik erkannt und appellieren an Handelsfirmen, in bescheidenem Rahmen, aber auf gezielte Weise, den Aufbau einer wirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung in den Lieferantenländern mitzutragen. Gütesiegel wie Fair and Care z.B. geben an, dass ein Prozentteil des Wertes der Importware für die Finanzierung von Schulen oder Lehrzentren verwendet wird. Die rug marque verbürgt die soziale Qualität des verkauften Produktes. Im Rahmen des ECOTEX-Programms werden Handelsfirmen gegen einen Jahresbeitrag von DM 30'000 in Verbindung gestellt mit Fabriken, die ihren jungen Beschäftigten während der Hälfte der Arbeitszeit eine Schulbildung ermöglichen. In der Stiftung

STEP<sup>7</sup> schliesslich befassen sich die schweizerischen Hilfswerke derzeit mit einem Programm, das den Verkaufsstellen im Teppichfachhandel erlauben soll, Entwicklungsprojekte zu unterstützen. Daneben bietet STEP einen Verhaltenskodex sowie ihre Dienste als neutrale Überwachungsstelle beim Hersteller an. Wenngleich derartige Initiativen noch in den Kinderschuhen stecken, verdienen sie die ungeteilte Aufmerksamkeit jener Unternehmen, welche den Teufelskreis in Sachen Kinderarbeit durchbrechen möchten.

Abschliessend ist festzuhalten, dass ein Ansatz, der Ethik und Handel mit ihren oft gegensätzlichen Erfordernissen unter einen Hut zu bringen sucht, von einer unverzichtbaren, schmerzlichen Bewusstwerdung ausgehen und danach in einer langfristigen Praxis münden muss. Heute zeichnen sich Tatkraft und guter Wille überall auf der Welt deutlicher ab; diese Stärken gilt es zu nutzen, um der Sklaverei – diesem neuzeitlichen Anachronismus, der nur Verlierer kennt – einen Riegel vorzuschieben. Der Erfolg des Unternehmens steht und fällt mit dem Engagement der Einkäufer vor Ort – jener Männer und Frauen, die für ihren Kampf gegen die Fehlentwicklung weder besonders gerüstet noch vorbereitet sind. Fortgesetzt wird das Vorhaben in einem angemessenen, einfachen, klaren und verständlichen Dialog mit dem Verbraucher. Vergessen wir eines nicht: Entschieden wird der Feldzug gegen die Sklaverei von Frau und Herr Jedermann, wenn sie in den Läden oder über die Kataloge tagtäglich zahllose Produkte kaufen. Der Kunde ist nicht mehr nur König: je nachdem, ob sein Vergnügen, sein Bürgersinn, sein Empfindungsvermögen oder sein kurzes Gedächtnis die Oberhand erhält, wird er zum Henker oder aber zur zivilisationsstiftenden Kraft. Die Wahl steht jedem frei.

Oft wird bemerkt, der Erfolg einer Modekollektion hänge nur an einem Faden. Hoffen wir, dass in Zukunft dieser Faden auch davon abhängt, ob jene Kinder, die an der Wettbewerbsfähigkeit der modernen Wirtschaft entscheidend mitarbeiten, ihre Chance auf Ausbildung und Selbstverwirklichung erhalten.

---

7. Stiftung für gerechte Bedingungen in Teppich-Herstellung und Handel.